

betreffend die Werbebudgets der Spitäler der Region Basel

In der Presse wurden kürzlich die Werbebudgets der Spitäler der Region thematisiert. Das USB und das KSBL haben dazu öffentlich keine Zahlen genannt, von den angefragten Privatspitälern das Bethesda Spital auch nicht. Das Claraspital und das Merian Iselin hingegen haben Auskünfte erteilt. Sowohl das KSBL wie auch das USB spielen die Höhe ihrer Werbebudgets herunter, sie seien im Verhältnis zum Gesamtbudget „marginal“ bzw. „sehr gering“.

Relevanter als die Verhältnisse zum Umsatz bzw. zum Gesamtbudget sind die absoluten Höhen der Marketing- und Werbebudgets sowie der für Marketing und Kommunikation ausgegebenen Personalkosten. Erstens ist der zu bewerbende Raum für alle Spitäler derselbe und letztlich sind für die Gesundheitskosten der Region die absolut ausgegebenen Beträge entscheidend. Sie müssen von den Prämienzahlenden und den Steuerzahlenden am Schluss getragen werden. Zweitens ist es aber durchaus nachvollziehbar und legitim, dass in einer Wettbewerbssituation Ausgaben für Marketing und Werbung getätigt werden – natürlich auch von den öffentlichen Spitälern. Die absolute Höhe dieser Ausgaben im Werberaum kann Hinweise zur Marktsituation (Stärke der Player) oder zu möglichen Bereichen mit Überkapazitäten (Intensivierung von Marketing/Werbung) geben.

Aus diesen Gründen sind die Marketing- und Werbebudgets der Spitäler, auch und insbesondere der öffentlichen Spitäler wie dem KSBL und dem USB, von öffentlichem Interesse.

Daher frage ich den Regierungsrat:

1. Wie hoch sind die jeweiligen Marketing- und Werbebudgets der Jahre 2015 und 2016 der einzelnen Listenspitäler der Akutsomatik (mit Ausnahme der Geburtshäuser) der Spitalliste des Kantons Basel-Stadt (Anhang 330.500 zum RRB vom 25.11.2014, Ziffer 1. A.)?
2. Ist von steigenden Budgets auszugehen, das heisst, werden die einzelnen Spitäler für das kommende Jahr voraussichtlich mehr als bisher, gleich viel oder weniger ausgeben?
3. Wie viel Personal (Vollzeitäquivalente) ist in der Kommunikation und im Marketing der einzelnen Spitäler beschäftigt?
4. Wie beurteilt der Kanton Basel-Stadt die Höhe der Budgets und des Personaleinsatzes? Fällt seine Beurteilung je nach Sicht als Versorger, als Eigner und als Finanzierer unterschiedlich aus?

Ich danke dem Regierungsrat für die Beantwortung meiner Fragen, insbesondere für eine vergleichbare und übersichtliche Darstellung.

David Wüest-Rudin